



**STRATEGI CUSTOMER RETENTION MARKETING
PT. TELKOM DALAM MENJAGA LOYALITAS PELANGGAN
SPEEDY TAHUN 2012**
(studi kasus pada PT. Telkom BSD Tangerang)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

Disusun oleh :

Alexander

44308010062

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING*
PT. TELKOM DALAM MENJAGA LOYALITAS
PELANGGAN SPEEDY TAHUN 2012

Nama : Alexander

NIM : 44308010062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juli 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING*
PT. TELKOM DALAM MENJAGA LOYALITAS
PELANGGAN SPEEDY TAHUN 2012

Nama : Alexander

NIM : 44308010062

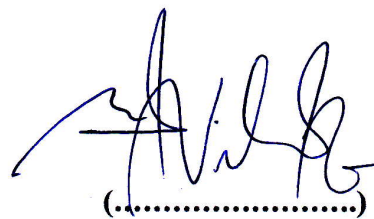
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juli 2013

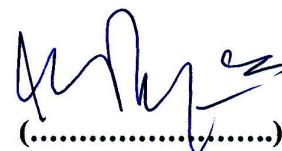
Mengetahui,

1. Ketua Sidang
(SM Niken Restaty, S.Sos., M.Si)



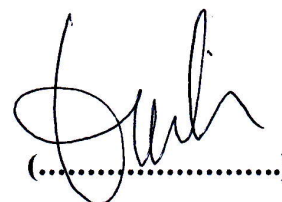
(.....)

2. Penguji Ahli
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)



(.....)

3. Pembimbing
(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)



(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
ADVERTISING & MARKETING COMMUNICATION

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI *CUSTOMER RETENTION MARKETING*
PT. TELKOM DALAM MENJAGA LOYALITAS
PELANGGAN SPEEDY TAHUN 2012

Nama : Alexander

NIM : 44308010062

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Juli 2013

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M. Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah, puji Tuhan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan penuh perjuangan serta doa yang tiada henti, akhirnya skripsi yang berjudul “Strategi Customer Retention Marketing PT. Telkom dalam Menjaga Loyalitas Pelanggan Speedy Tahun 2012” telah dapat terselesaikan dengan baik, guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Advertising and Marketing Communication.

Selama menjalani proses penelitian, tentunya penulis tidak terlepas dari kendala atau hambatan. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya atas bantuan, dukungan baik moril, materil, maupun spiritual yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, masukan, bimbingan serta bantuan yang luar biasa untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih bu, ibu tidak akan terlupakan.
2. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku penguji ahli dan Ibu SM Niken Restaty, M.Si selaku ketua sidang.

4. Mr. Sam karyawan TU Fikom yang begitu baik dan sangat membantu penulis dalam mengurus berkas sebelum, selama, dan sesudah skripsi. Terima kasih yah mister atas bantuan dan kemudahannya yang diberikan untuk penulis.
5. Mami dan Papi ku tercinta, Mr. Hamir Dachi and Mrs. Herjati. Thank you mom dad for your support, for your time, and your love. God bless you always, I love you both.
6. Thank you for my sisters Lia and Lily and also my brother Roberthio for your non-stop support. I love you guys.
7. Many thanks to my brother who is always giving spirit in any form to me, Affan.
8. My beloved bicos Afrinda dan Anggita, thanks ladies atas bantuan support dari kalian. Finally, saya menyusul kalian.
9. Ibu Lies Pardiah dan Bapak Sulistyobudi dari pihak Telkom dan segenap karyawan Telkom BSD Tangerang, terima kasih atas bantuannya baik dari segi waktu maupun tenaga dalam membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Umi dan Veve serta teman-teman yang lain, terima kasih, kita berjuang bersama-sama mengerjakan skripsi masing-masing.
11. Teman-teman mahasiswa/i Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi 2008 dan 2009, semoga kita sama-sama dapat meraih bintang dan mimpi di masa yang akan datang. Tetap semangat teman-teman.

12. Semua pihak yang telah berjasa dan mungkin luput dari ingatan atau untuk disematkan namanya satu persatu. Terima kasih atas segala saran dan kritiknya, yang selalu memberikan semangat dan motivasi, semoga Tuhan akan membalas segala kebaikan kalian semua.

Akhir kata, penulis mengucapkan semoga Tuhan memberikan rahmat-Nya atas segala amal kebajikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya dikemudian hari.

Jakarta, 01 Mei 2013

Penulis,

Alexander

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2 Customer Retention Marketing	13
2.2.1 Customer Retention Marketing Bagian dari Customer Relationship Management.....	13
2.2.2 Strategi Customer Retention Marketing.....	15
2.2.3 Identification, Differentiation, Interaction, Customization (IDIC).....	21
2.3 Customer Retention Marketing Menciptakan Loyalitas Pelanggan....	24
2.4 Karakteristik Pelanggan Loyal	25
2.5 Klasifikasi Pelanggan.....	28
2.5.1 Analisis Pelanggan dengan Recency, Frequency, Spending (RFS).....	28
2.5.2 Analisis Pelanggan dengan Life Time Value (LTV)	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 31
3.1 Tipe Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian.....	32
3.3 Subjek Penelitian	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Defenisi Konsep dan Fokus Penelitian	34
3.5.1 Defenisi Konsep	34

3.5.2 Fokus Penelitian	36
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum PT. Telkom Indonesia	38
4.1.1 Visi dan Misi	42
4.1.2 Speedy	43
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Analisis Kompetitor	47
4.2.2 Target Pelanggan Speedy	49
4.2.3 Strategi Customer Retention Marketing Speedy dalam Mempertahankan Pelanggan	50
4.2.4 IDIC.....	53
4.2.4.1 Identification	53
4.2.4.2 Differentiation	55
4.2.4.3 Interaction	56
4.2.4.4 Customization	59
4.2.5 Pelanggan Loyal Berdasarkan Recency, Frequency, Spending (RFS).....	61
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Strategi Customer Retention Marketing Speedy dalam Mempertahankan Pelanggan	62

4.3.2 IDIC.....	65
4.3.2.1 Identification	65
4.3.2.2 Differentiation	66
4.3.2.3 Interaction	67
4.3.2.4 Customization	68
4.3.3 Pelanggan Loyal Berdasarkan Recency, Frequency, Spending (RFS).....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran Akademis	72
5.2.2 Saran Praktis.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 4.1 Gambar Global Internet.....	43
Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet.....	5
Tabel 4.2 Tarif Layanan Internet Kompetitor	48
Tabel 4.3 Tarif Layanan Speedy	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Salinan Hasil Wawancara
- Lampiran 3. Surat Bukti Penelitian
- Lampiran 4. Formulir Berlangganan Speedy
- Lampiran 5. Pertumbuhan Speedy
- Lampiran 6. Gangguan Speedy
- Lampiran 7. *E-info Payment*
- Lampiran 8. Gambar
- Lampiran 9. Daftar Riwayat Hidup